

Научная статья

УДК 81'23: 39

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.15204>



## ВИЗУАЛЬНЫЙ И ВЕРБАЛЬНЫЙ ОБРАЗЫ РЕГИОНА В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ЖИТЕЛЕЙ БРЕСТЧИНЫ

И.Л. Ильичева  

Минский государственный лингвистический университет,  
г. Минск, Республика Беларусь

 [ilitcheva@list.ru](mailto:ilitcheva@list.ru)

**Аннотация.** В статье представлены результаты антропометрического метода исследования, целью которого было изучение образа Брестского региона в обыденном сознании его жителей. Эмпирическую базу исследования составили данные свободного ассоциативного эксперимента, проведенного на территории Брестской области с целевой группой респондентов: учащихся начальной школы. В ходе обработки материала анализу подвергались все ассоциаты, включая единичные реакции. Вербальная часть эксперимента была дополнена «графическим ассоциативным тестом». Полученный вербальный и графический материал представлен в виде ассоциативных полей и когнитивных слоев, выделенных на основе семантического ранжирования. Результаты исследования показали, что в сознании целевой группы образ Брестского региона является многослойным образованием с устойчивыми тематическими составляющими.

**Ключевые слова:** языковое сознание, свободный ассоциативный эксперимент, ассоциативное поле, семантическое ранжирование, вербальный ассоциат, визуальный ассоциат.

**Для цитирования:** Ильичева И.Л. Визуальный и вербальный образы региона в языковом сознании жителей Брестчины // Terra Linguistica. 2024. Т. 15. № 2. С. 45–54. DOI: 10.18721/JHSS.15204



## VISUAL AND VERBAL IMAGES OF THE REGION IN THE LANGUAGE CONSCIOUSNESS OF THE RESIDENTS OF THE BREST REGION

I.L. Ilyicheva  

Minsk State Linguistic University,  
Minsk, Republic of Belarus

 [ilitcheva@list.ru](mailto:ilitcheva@list.ru)

**Abstract.** The article presents the results of the anthropometric method of research, the purpose of which was to study the image of the Brest Region in the everyday consciousness of its residents. The empirical basis of the research was made up of the data of a free associative experiment conducted in the territory of the Brest Region with a target group of respondents: primary school students. During the processing of the material, all associates, including single reactions, were subjected to analysis. The verbal part of the experiment was supplemented with a “graphic associative test”. The received verbal and graphic material is presented in the form of associative fields and cognitive layers, selected on the basis of semantic ranking. The research results showed that in the mind of the target group, the image of the Brest Region is a multi-layered formation with stable thematic components.

**Keywords:** language awareness, free associative experiment, associative field, semantic ranking, verbal associate, visual associate.

**Citation:** Ilyicheva I.L., Visual and verbal images of the region in the language consciousness of the residents of the Brest region, *Terra Linguistica*, 15 (2) (2024) 45–54. DOI: 10.18721/JHSS.15204

### Введение и постановка проблемы

В последние несколько десятилетий в рамках разных дисциплинарных сфер социально-гуманитарного знания все чаще поднимаются вопросы, связанные с восприятием и моделированием территориальных локусов.

В контексте гуманитарной географии образы географического пространства тесно связывают с понятием геокультуры (Ю.А. Веденин, Д.Н. Замятин, О.А. Лавренова, И.И. Митин, И-Фу Туан). Моделируя пространственный образ, ученые включают такие составляющие, как «гений места», «поэтика пространства», «гетеротопия», «локальный миф», «культурный ландшафт» [1, с. 6]. *Геокультурное пространство* в таком понимании предстает как «система взаимосвязанных и взаимодействующих знаков, символов, архетипов и стереотипов, ярко, и в то же время достаточно просто характеризующих какую-либо территорию (место, ландшафт, регион, страну)» [2, с. 29].

В ракурсе социологических штудий исследователи обращаются к *архитектонике социального пространства*, обсуждают закономерности его организации и функционирования (см. работы Ю.Л. Качанова, О.В. Понукалиной, Т.И. Черняевой, А.Ф. Филиппова). По мнению Л.А. Беляевой, в современном мире «возникли специальные предметные поля пространства, отличные от географического пространства как формы „существования географических объектов и явлений в пределах географической оболочки“» [3, с. 22]. Такой точки зрения придерживается и А.Ф. Филиппов, подчеркивая, что социальное пространство – это «не пространство само по себе, но социальные события – действия, взаимодействия и коммуникации, в конституирование которых входит смысл пространства» [4, с. 258]. Многие исследователи, в том числе и Т.И. Черняева, полагают, что «пространство как социологический конструкт, отражающий порядок сосуществования вещей, людей и идей, является родовой категорией для понятий социальная реальность и социальный мир» [5, с. 12]. Интерпретацию пространства, по словам автора, следует осуществлять

«в рамках нескольких теоретических моделей: статической и динамической, субъект-объектной и субъект-субъектной, структурно-абстрактной и телесно-практической» [5, с. 13].

С опорой на локальный и региональный материал достаточно подробно описываются *номинативные облики* отдельных городов, стран и регионов в рамках ономастических исследований (см. работы Л.А. Беляевой, Н.В. Бубновой, М.В. Голомидовой, А.М. Мезенко, О.Б. Переход, Т.В. Шмелевой). Любой территориальный локус, по мнению Т.В. Шмелевой, «пронизан множеством разнонаправленных токов коммуникации, которые не могут не подключаться к ономастикону, более того – в этих коммуникациях ономастикон и его фрагменты часто оказываются источниками особых коммуникаций» [6, с. 8]. Ономастические единицы «формируют вербальную сеть ориентиров» [7, с. 29] и «в содержательном плане служат своего рода осмыслением и структурированием пространства» [8, с. 19]. Как пишет М.В. Голомидова, «именной пласт города – это и его летопись, и действующая знаковая „форма“, помогающая связать фрагменты городского ландшафта» [8, с. 19].

С позиций маркетинга и брендинга территорий географическое пространство трансформируются в *продукт символического рынка локальных образов* [9, с. 33]. Для оценки конкретного территориального продукта относительно других территориальных продуктов С. Анхольтом введен индекс национального бренда. По мнению представителей данного направления, «бренд территории, выраженный конкретным символом (знаком), способен стать полноправным участником коммуникативного пространства, а, следовательно, участвовать в создании новой гиперреальности» [10, с. 7].

Изучение образов территориального пространства осуществляется и с помощью метода ментального картографирования (К. Линч). В данном направлении ментальные карты служат «собирательным образом: в них аккумулируется осмысленная репрезентация об окружающем мире, географическом пространстве, их количественных и качественных параметрах и способах фиксации этих представлений» [11, с. 64]. По мнению З.Х. Валитовой и А.Б. Есимовой, «ментальная карта – это своеобразный внутренний компас, по которому человек ориентируется в повседневности» [12, с. 544].

Перечисленные выше направления и аспекты исследований не являются исчерпывающими, а лишь свидетельствуют о расширении исследовательского горизонта в изучении связей человека и пространства [13]. В этой связи актуальным становится изучение специфики языкового сознания жителей региона на предмет восприятия территории проживания [14, с. 80]. Наиболее полно отвечающим целям и задачам исследования является свободный ассоциативный эксперимент, «позволяющий получить данные с работающего (живого) обыденного сознания носителя русского языка / культуры, окрашенного этнокультурными особенностями» [15, с. 633].

### Результаты исследования и обсуждение

Теоретической базой исследования послужили работы отечественных и зарубежных специалистов в области языкового сознания – А.А. Залевской, А.П. Клименко, Н.И. Кургановой, А.А. Леонтьева, В.А. Пищальниковой, З.Д. Поповой, А.В. Рудакова, И.А. Стернина, Е.Ф. Тарасова, Н.В. Уфимцевой.

Под языковым сознанием, вслед за Е.Ф. Тарасовым, мы понимаем «совокупность перцептивных, концептуальных и процедурных знаний носителя культуры об объектах реального мира» [16, с. 7].

Как уже отмечалось выше, образ территории представляет собой сложный и целостный феномен, который всегда социально и культурно детерминирован [17, с. 76]. Представитель любого территориального локуса «воспринимает любой предмет не только в его пространственных измерениях и во времени, но и в его значении, а значения концентрируют в себе внутрисистемные связи объективного мира» [18, с. 8]. Как указывает А.А. Леонтьев, «в нашем образе мира, а вернее

в том его ситуативном фрагменте, с которым мы в данный момент имеем дело, все время „высвечивается“ отдельный предмет, а затем сознание переключается на другой – и так без конца... <...> ... движение сознания в образе мира имеет не планиметрический, а трехмерный характер» [19, с. 297].

Изучение образа территории в обыденном сознании возможно благодаря ассоциативным экспериментам [20, с. 111], которые «отражают реальное состояние обыденного сознания носителя определенной культуры / языка» [21, с. 233], «дают возможность представить содержание слова как некоторую психологическую реальность, выявить такие семантические компоненты, которые не фиксируются другими методами и приемами семантического анализа» [22, с. 13]. Как пишет Н.В. Уфимцева, «образ сознания, ассоциированный со словом, – это одна из многих попыток описать знания, используемые коммуникантами при производстве и восприятии речевых сообщений» [15, с. 99]. В данном исследовании под «ассоциацией» мы понимаем «возникшую в опыте индивида связь между двумя содержаниями сознания (ощущениями, представлениями, мыслями, чувствами и т.п.), при которой актуализация одного из них вызывает и актуализацию другого» [Цит. по: 18, с. 11].

В целях анализа восприятия образа региона со стороны его жителей в 2023 году кафедрой речеведения и теории коммуникации МГЛУ совместно с главным управлением идеологической работы и по делам молодежи Брестского областного исполнительного комитета реализован масштабный исследовательский проект «Брестчина глазами людей разных профессий». Ассоциативный эксперимент осуществлялся в два этапа (пилотный и основной эксперимент) методом анкетирования взрослого и детского населения Брестской области, постоянно проживающего в регионе.

Выборка была произведена с учетом представленности различных типов населенных пунктов области и различных сфер деятельности (образование, культура, производство, сельское хозяйство, коммунально-бытовое обслуживание, спорт, туризм, здравоохранение). Участниками основного эксперимента стали 2960 респондентов. К участию в пилотном эксперименте привлекались учащиеся начальной школы (28 человек).

В ходе проведения ассоциативного эксперимента во всех испытуемых группах респондентам давалось задание: не задумываясь, письменно зафиксировать первые пришедшие в голову 5–7 реакций на вопрос «С чем у Вас ассоциируется Брестская область?» Обработке подвергались все ответы, включая единичные реакции.

Данная статья продолжает серию публикаций<sup>1</sup>, посвященных изучению образа Брестского региона в обыденном сознании его жителей. Безусловно, данная проблематика обладает актуальностью, но именно накануне 85-летия Брестской области она стала особенно важной для понимания особенностей восприятия региона в сознании его жителей и дальнейшего конструирования позитивного образа региона в СМИ.

Описываемый в данной статье пилотный ассоциативный эксперимент проводился в декабре 2023 года. Количество его участников составило 28 информантов – учащиеся четвертого класса. Анкетирование проводилось на базе ГУО «СШ № 8 имени Героя Беларуси В.Н. Карвата». В рамках пилотного эксперимента с учетом возрастного критерия помимо вербальной части школьникам было предложено «нарисовать Брестскую область», что в дальнейшем составило «графическую составляющую» эксперимента.

Интерпретация результатов осуществлялась поэтапно. На первом этапе анализа эмпирического материала смоделировано два ассоциативных поля (вербальное и визуальное) на стимул-словосочетание «Брестская область», на основе которых по методике Н.И. Кургановой [23, с. 29] были выделены и описаны когнитивные слои. При обработке графической части частично использовалась методика визуальной семантизации топонимов Е.А. Дьяконовой [24].

<sup>1</sup> Ильичева И.Л. К вопросу об ассоциативном образе региона // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2024. Т. 39. Вып. 1. С. 78–86; Ильичева И.Л. Образ Брестской области по материалам ассоциативного эксперимента (моделирование и интерпретация) // Известия СПбГУ. 2023. № 6 (144). Ч. 1. С. 12–19; Ильичева И.Л. Образ региона в общественном сознании (на примере Брестской области) // Известия СПбГУ. 2023. № 6 (144). Ч. 2. С. 199–206.

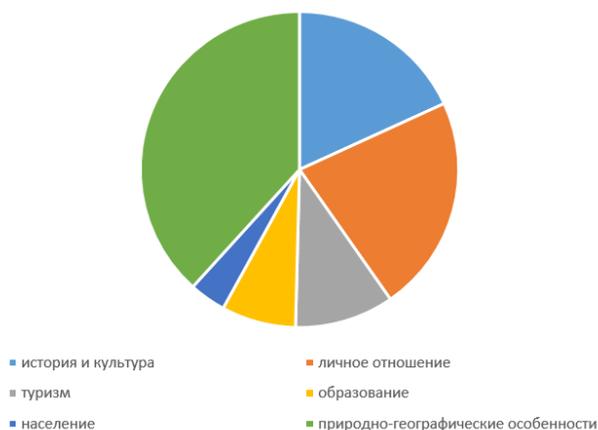


Рис. 1. Семантическое ранжирование вербального ассоциативного поля «Брестская область»

Fig. 1. Semantic ranking of the verbal associative field "Brest region"

Моделируемое по данным экспериментов ассоциативное поле достаточно информативно, поскольку «представляет психологическую структуру содержания слова, актуальную для носителей языка» [25, с. 750]. Наличие разной частотности ассоциатов позволило нам выделить ядро и периферию (ближнюю, крайнюю и дальнюю). К ядерной зоне мы отнесли 10 наиболее частотных реакций. Вербальное ассоциативное поле «Брестская область» (185 ассоциативных реакций) выглядит следующим образом:

**Ядро (89 единиц):** *Брестская крепость* (13), *Беловежская пуца* (12), *родина* (10), *мама и папа* (9), *школа* (9), *семья* (8), *зубр* (7), *резиденция Деда Мороза* (7), *улица Советская* (7), *лес* (7);

**Ближняя периферия (68 единиц):** *фонарщик* (6), *сосна* (6), *Каменецакая башня* (6), *аист* (5), *река Буг* (5), *зеленая* (5), *красивая* (5), *родная* (5), *Белое озеро* (5), *цветы* (5), *музей паровозов* (5), *Набережная* (5), *учительница Светлана Владимировна* (5);

**Дальняя периферия (24 единицы):** *герой Беларуси В.Н. Карват* (4), *предки* (3), *лето* (3), *цапля* (3), *река Мухавец* (3), *олень* (2), *памятник Тысячелетия Бреста* (2), *парк имени Первого мая* (2), *дуб* (2);

**Крайняя периферия (4 единицы):** *Рогозьянское озеро* (1), *дятел* (1), *заяц* (1), *рысь* (1).

Ядро образует 89 вербальных ассоциатов (48,1% от всего содержания ассоциативного поля). Достаточно плотное ядро дает основание говорить о высокой степени стереотипности в представлениях о Брестчине среди учащихся. Моделирование стереотипного ядра на базе вербального ассоциативного поля показало, что самыми частотными элементами ядра являются ассоциации *Брестская крепость* и *Беловежская пуца*, которые формируют два ведущих смысловых признака образа Брестчины в сознании младших школьников. В содержании ядра также фиксируются следующие вербальные ассоциации: *родина*, *мама и папа*, *школа*, *семья*, что свидетельствует о наличии ценностных характеристик в сознании младших школьников.

Анализ показывает, что когнитивный компонент в образе Брестчины у младших школьников является доминирующим, эмоционально-оценочный компонент выражен несколько слабее. В лингвистическом аспекте с учетом структурных особенностей все полученные реакции можно разделить на реакции-слова (109 ассоциатов) и реакции-словосочетания (76 ассоциатов).

Семантическое ранжирование полученных ассоциатов позволило выделить шесть групп по тематическим параметрам: 1) Природно-географические особенности; 2) История и культура; 3) Образование; 4) Личное отношение; 5) Туризм; 6) Население. Количественное наполнение тематических групп приведено на рис. 1.

Как видно из рисунка, на первом месте по наполненности ассоциативными реакциями находится тематическая группа «Природно-географические особенности» – 70 ассоциатов, что

составляет практически 38% от всего поля. Это свидетельствует о том, что в сознании младших школьников доминирующими являются образы природы. Тематическое разнообразие группы обусловлено наличием названий водных объектов (*Розознянское озеро, река Мухавец, Белое озеро*), представителей флоры (*лес, дуб, сосна, цветы*) и фауны (*зубр, аист, цапля, олень, дятел, рысь*), национального парка (*Беловежская пуща*).

Вторую позицию занимает тематическая группа «Личное отношение» – 42 ассоциата (22%). Для младших школьников характерно наличие в образе Брестчины значительного количества метафорических оценок, большинство из которых содержит в себе сравнение Брестской области с самыми близкими людьми – мамой и папой: *родина* (10), *мама и папа* (9), *семья* (6). Наличие эмоционально-эстетических реакций (*зеленая, красивая, родная*) показывает, что у младших школьников развито чувство патриотизма.

Третью позицию по численности занимает тематическая группа «История и культура» – 34 ассоциата (18%). Значительное количество опрошенных нами учащихся связывает образ региона с его героическим прошлым (*Брестская крепость*) и культурно-историческим наследием (*фонарщик, Каменецкая башня, памятник Тысячелетия Бреста*). Высокая частотность реакции *Брестская крепость* объясняется тем, что Брестская крепость не только для жителей Брестчины, но и для всех белорусов является символом героизма и мужества.

На четвертом месте по частотности занимают сразу две тематические группы «Туризм» (19 ассоциатов, 10%) и «Образование» (14 ассоциатов 7,5%). Реакции наполняющие данные группы говорят о том, что для младших школьников Брестчина тесно связана со школой, учительницей, местами отдыха.

Единичными ассоциатами представлена тематическая группа «Население» (7 ассоциатов, 3,7%): *предки* (3), *герой Беларуси В.Н. Карват* (4). Последняя реакция связана с именем Героя Беларуси. В.Н. Карват – выпускник средней школы №8 1976 года. В мае 1996 года ценой собственной жизни подполковник В.Н. Карват, не допустив падения самолета на населенные пункты Барановичского района, спас множество человеческих жизней.

На этапе обработки визуального материала все рисунки были разделены на графические элементы: образы предметов и объектов. В результате анализа сформировано «графическое» ассоциативное поле «Брестская область» (117 визуальных элементов):

**Ядро (88 единиц):** *лес* (12), *зубр* (10), *Брестская крепость* (10), *Беловежская пуща* (9), *солнце* (8), *флаг Республики Беларусь* (8), *цветы* (8), *деревья* (8), *аист* (8), *Каменецкая башня* (7);

**Ближняя периферия (15 единиц):** *карта Брестской области с названиями населенных пунктов* (5), *герб Брестской области* (5), *средняя школа № 8* (5);

**Дальняя периферия (9 единиц):** *дорога* (3), *дети с разноцветными воздушными шариками в руках* (3), *новогодняя елка на площади* (3);

**Крайняя периферия (5 единиц):** *въездная стела на въезде в Брест с подсветкой в виде государственного флага* (1), *драники* (1), *мальчик и девочка в национальных костюмах* (1), *ученики, играющие в снежки* (1), *снеговик* (1).

Как мы видим, полученные реакции не менее разнообразны, чем вербальные. Стабильными остаются четыре реакции в ядерной зоне (*Брестская крепость, Беловежская пуща, зубр, лес*), что подтверждает о наличии укоренившихся смысловых доминант.

В ходе анализа «графического материала» выделены и распределены по тематическим группам: 1) Природно-географические особенности; 2) История и культура; 3) Образование; 4) Атрибуты государственности; 5) Национальная кухня; 6) Городские объекты. Количественное наполнение тематических групп приведено на рис. 2.

Практически 60% рисунков младших школьников содержат изображение природы Брестского региона. Довольно часто встречаются изображения *деревьев* (12), *травы* (7), *неба* (7), *солнца* (9), *озер* (6), *рек* (5). Даже изображая современный город или объекты историко-культурного

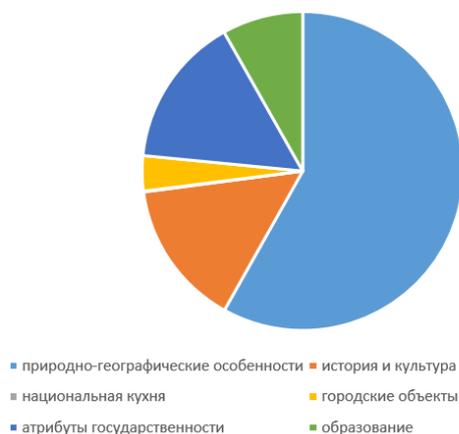


Рис. 2. Семантическое ранжирование визуального ассоциативного поля «Брестская область»

Fig. 2. Semantic ranking of the visual associative field “Brest region”

наследия региона, школьники все равно добавляли элементы природы. Самый распространенный сюжет рисунков оказался: *солнце, лес, деревья, цветы, животные*.

Отличительной чертой «графического материала» можно назвать то, что образ Брестчины в сознании школьников определяет также пространственное измерение территории и включает в себя представления о ее границах в политико-географической проекции. Кроме образов природы, объектов городской инфраструктуры на рисунках девяти школьников (32%) изображены государственные символы: карта Брестской области и флаг Беларуси. Перечисленные факты говорят о том, что в процессе учебной деятельности, учащиеся получают новый опыт, знакомятся с культурными ценностями; у них увеличивается объем знаний о самих себе, своем месте и роли в социуме.

17% младших школьников «визуально» олицетворяют Брестскую область с городом Брестом как местом проживания. В своих рисунках учащиеся рисовали тот мир, который их окружает, к которому они привыкли. Это обуславливает наличие таких «графических» ассоциатов, как: *школа, въездная стена на въезде в Брест с подсветкой в виде государственного флага, Новогодняя елка на центральной площади*. Таким образом, становится очевидным, что визуальный образ Брестчины является многослойным и по тематической наполняемости во многом коррелирует с вербальным образом.

### Заключение

Визуальные и вербальные ассоциативные реакции свидетельствуют о том, что представления учащихся о территории проживания основаны на разных источниках. В сознании школьников «образ территории» формируется с детства, начиная со знакомства со школой и учителями, внутригородскими объектами, во время загородных поездок и т.д., и расширяется при освоении школьных предметов.

Подводя итоги результатов исследования, можно полагать, что для учащихся начальной школы характерно стереотипное и индивидуальное восприятие территории. К устойчивым, архетипичным символам Брестчины относятся изображения зубра, леса, аиста, Брестской крепости, Каменецкой башни, Беловежской пуши — тех элементов, которые присутствуют в сознании уже нескольких поколений. К современному образу Брестчины относятся те изображения, элементы, которые характеризуют сегодняшний мир и жизнь учащихся: изображение школы, города, площади с новогодней елкой.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Замятин Д.Н.** Геокультура: образ и его интерпретации // Социологический журнал. 2002. Т. 0. № 2. С. 5–12.
2. **Замятин Д.Н.** Гуманитарная география: пространство, воображение и взаимодействие современных гуманитарных наук // Социологическое обозрение. 2010. Т. 9. № 3. С. 26–50.
3. **Беляева Л.А.** Социальное пространство: от теоретических построений к эмпирическому изучению // Философские науки. 2012. № 6. С. 22–35.
4. **Филлипов А.Ф.** Социология пространства. СПб.: Владимир Даль, 2008. 285 с.
5. **Черняева Т.И.** Архитектоника социального пространства : автореф. дис. ... д-ра соц. наук. 09.00.11. Саратов, 2004. 36 с.
6. **Шмелёва Т.В.** От приглашенного редактора // Коммуникативные исследования. 2019. Т. 6. № 1. С. 7–11. DOI: 10.25513/2413- 6182.2019.6(1).51-66
7. **Голомидова М.В.** Екатеринбург – Свердловск – Екатеринбург: образ города в динамике топонимического текста // Слово.ру: Балтийский акцент. 2023. Т. 14. № 1. С. 29–53. DOI: 10.5922/2225-5346-2023-1-2
8. **Голомидова М.В.** Образ пространства и пространственные образы в названиях старого Екатеринбурга // Известия Уральского государственного университета. 2001. № 20. С. 19–25.
9. **Гравер А.А.** Образ, имидж и бренд страны: понятия и направления исследования // Вестник ТГУ. Философия. Социология. Политология. 2012. № 3. С. 29–45.
10. **Мещеряков Т.В., Тихонова Н.С.** Территориальный брендинг. СПб.: Изд-во СЗГТУ, 2008.
11. **Марков Р.Е.** Ментальные карты как инструмент изучения образа города (на примере г. Касимова) // Культурный ландшафт регионов. 2022. Т. 4. № 6. С. 61–80. DOI: 10.17748/2686-8814-2022-4-6-61-80
12. **Валитова З.Х., Есимова А.Б.** Территориальные образы Казахстана в восприятии студенческой молодежи // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. Т. 21. № 3. С. 543–556. DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-543-556
13. **Голомидова М.В.** Топонимическое имиджирование городских пространственных объектов // Вопросы ономастики. 2020. Т. 17. № 3. С. 263–278.
14. **Кондратьева О.Н.** Образ региона в обыденном языковом сознании его жителей (на примере образа Кузбасса) // Psycholinguistics. 2018. № 24 (2). С. 111–123.
15. **Уфимцева Н.В.** Образ мира русских: системность и содержание // Язык и культура. 2009. № 4 (8). С. 98–111.
16. **Тарасов Е.Ф.** Межкультурное общение – новая онтология анализа языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания. М.: Институт языкознания РАН, 1996. С. 7–22.
17. **Шестопал Е.Б., Смутькина Н.В., Морозикова И.В.** Сравнительный анализ образов своей страны у жителей российских регионов // Сравнительная политика. 2019. № 10 (3). С. 74–94.
18. **Уфимцева Н.В., Черкасова Г.А., Балясникова О.В., Полянская А.Г., Разумкова А.В., Свинчукова Е.Г., Степанова А.А.** Региональное языковое сознание коми, русских, татар: проблемы взаимодействия. Ярославль: Издательство Канцлер, 2017. 240 с.
19. **Леонтьев А.А.** Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. М.: Институт языкознания РАН, 1993. С. 16–21.
20. **Герасимчук Д.М., Мельник Н.В.** Образ кемеровской области в обыденном языковом сознании жителей страны как результат политического позиционирования региона // Филология и человек. 2019. № 2. С. 111–123.
21. **Балясникова О.В.** Языковое сознание: региональный аспект // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2018. № 2. С. 232–250.
22. **Стернин И.А., Рудакова А.В.** Психолингвистическое значение слова и его описание. Саарбрюккен: Lambert Academic Publishing, 2011. 192 с.
23. **Курганова В.В.** Ассоциативный эксперимент как метод исследования значения живого слова // Вопросы психолингвистики. 2019. № 3 (41). С. 24–37.
24. **Дьяконова Е.А.** Визуальный образ России в языковом сознании носителей русского языка // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. 2020. № 4. С. 56–58.
25. **Пищальникова В.А.** Интерпретация ассоциативных данных как проблема методологии психолингвистики // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2019. Т. 23. № 3. С. 749–761.

## REFERENCES

- [1] **Zamyatin D.N.**, Geokul'tura: obraz i ego interpretacii [Geoculture: image and its interpretations], Sociologicheskij zhurnal [Sociological Journal]. 2 (2002) 5–12.
- [2] **Zamyatin D.N.**, Gumanitarnaya geografiya: prostranstvo, voobrazhenie i vzaimodejstvie sovremennyh gumanitarnykh nauk [Human Geography: Space, Imagination and the Interaction of the Contemporary Humanities], Sociological Review. 9 (3) (2010) 26–50.
- [3] **Belyaeva L.A.**, Social'noe prostranstvo: ot teoreticheskikh postroenij k empiricheskomu izucheniyu [Social space: from theoretical constructions to empirical study], Russian Journal of Philosophical Sciences. 6 (2012) 22–35.
- [4] **Fillipov A.F.**, Sociologiya prostranstva [Sociology of space]. Vladimir Dal', St. Petersburg, 2008.
- [5] **Chernyaeva T.I.**, Arhitektonika social'nogo prostranstva: avtoref. dis. ... d-ra soc. nauk [Architectonics of social space. Doct. sociol. sci. diss.], 09.00.11, Saratov, 2004.
- [6] **Shmelyova T.V.**, Ot priglashennogo redaktora [From Guest Editor], Kommunikativnye issledovaniya. 9 (6) (2019) 7–11. DOI: 10.25513/2413-6182.2019.6(1).51-66
- [7] **Golomidova M.V.**, Ekaterinburg – Sverdlovsk – Ekaterinburg: obraz goroda v dinamike toponimicheskogo teksta [Ekaterinburg – Sverdlovsk – Ekaterinburg: the image of the city in the dynamics of toponymic text], Slovo.RU: Baltic Accent. 14 (1) (2023) 29–53. DOI: 10.5922/2225-5346-2023-1-2
- [8] **Golomidova M.V.**, Obraz prostranstva i prostranstvennye obrazy v nazvaniyah starogo Ekaterinburga [The image of space and spatial images in the names of old Yekaterinburg], Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. 20 (2001) 19–25.
- [9] **Graver A.A.**, Obraz, imidzh i brend strany: ponyatiya i napravleniya issledovaniya [Image, image and brand of the country: concepts and directions of research], Tomsk State University Journal. Philosophy. Sociology. Political Science. 3 (2012) 29–45.
- [10] **Meshcheryakov T.V., Tihonova N.S.**, Territorial'nyj brending [Territorial branding]. SZGTU Publishing, St. Petersburg, 2008.
- [11] **Markov R.E.**, Mental'nye karty kak instrument izucheniya obraza goroda (na primere g. Kasimova) [Mental maps as a tool for studying the image of a city (using the example of Kasimov)], Cultural Landscape of the Regions. 4 (6) (2022) 61–80 DOI: 10.17748/2686-8814-2022-4-6-61-80
- [12] **Valitova Z.H., Esimova A.B.**, Territorial'nye obrazy Kazakhstana v vospriyatii studencheskoj molodezhi [Territorial images of Kazakhstan in the perception of student youth], RUDN Journal of Sociology. 21 (3) (2021) 543–556. DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-543-556
- [13] **Golomidova M.V.**, Toponimicheskoe imidzhirovanie gorodskih prostranstvennykh ob'ektov [Toponymic imaging of urban spatial objects], Voprosy onomastiki. 3 (2020) 263–278.
- [14] **Kondrat'eva O.N.**, Obraz regiona v obydennom yazykovom soznanii ego zhitelej (na primere obraza Kuzbassa) [The image of the region in the everyday linguistic consciousness of its inhabitants (using the example of the image of Kuzbass)], Psycholinguistics. 24 (2) (2018) 111–123.
- [15] **Ufimceva N.V.**, Obraz mira russkih: sistemnost' i sodержanie [Russian image of the world: consistency and content], Yazyk i kul'tura. 4 (8) (2009) 98–111.
- [16] **Tarasov E.F.**, Mezhekul'turnoe obshchenie – novaya ontologiya analiza yazykovogo soznaniya [Intercultural communication – a new ontology for the analysis of linguistic consciousness], Etnokul'turnaya specifika yazykovogo soznaniya, Institute of Linguistics RAS, Moscow, 1996, pp. 7–22.
- [17] **Shestopal E.B., Smul'kina N.V., Morozikova I.V.**, Sravnitel'nyj analiz obrazov svoej strany u zhitelej rossijskih regionov [Comparative analysis of images of their country among residents of Russian regions], Comparative Politics Russia. 10 (3) (2019) 74–94.
- [18] **Ufimceva N.V., Cherkasova G.A., Balyasnikova O.V., Polyanskaya A.G., Razumkova A.V., Svinchukova E.G., Stepanova A.A.**, Regional'noe yazykovoe soznanie komi, russkih, tatar: problemy vzaimovliyaniya [Regional linguistic consciousness of Komi, Russians, Tatars: problems of mutual influence], Kanzler Publishing, Yaroslavl'. 2017.
- [19] **Leont'ev A.A.**, Yazykovoe soznanie i obraz mira [Linguistic consciousness and the image of the world], Yazyk i soznanie: paradoksal'naya racional'nost', Institute of Linguistics RAS, Moscow, 1993, pp. 16–21.
- [20] **Gerasimchuk D.M., Mel'nik N.V.**, Obraz kemerovskoj oblasti v obydennom yazykovom soznanii zhitelej strany kak rezul'tat politicheskogo pozicionirovaniya regiona [The image of the Kemerovo region in the everyday linguistic consciousness of the country's residents as a result of the political positioning of the region], Philology & Human. 2 (2019) 111–123.

[21] **Balyasnikova O.V.**, Yazykovoe soznanie: regional'nyj aspekt [Linguistic consciousness: regional aspect], Russian Journal of Linguistics. 2 (2018) 232–250.

[22] **Sternin I.A., Rudakova A.V.**, Psiholingvističeskoe znachenie slova i ego opisanie [Psycholinguistic meaning of the word and its description]. Lambert Academic Publishing, Saarbrücken, 2011.

[23] **Kurganova V.V.**, Associativnyj eksperiment kak metod issledovaniya znacheniya zhivogo slova [Association experiment as a method for studying the meaning of a living word], Journal of Psycholinguistics. 3(41) (2019) 24–37.

[24] **D'yakonova E.A.**, Visual image of Russia in native Russian speakers' language consciousness, Vestnik VSU. Series: Philology. Journalism. 4 (2020) 56–58.

[25] **Pishchal'nikova V.A.**, Interpretaciya associativnyh dannyh kak problema metodologii psiholingvistiki [Interpretation of associative data as a problem in the methodology of psycholinguistics], Russian Journal of Linguistics. 23 (3) (2019) 749–761.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT AUTHOR**

**Ильичева Инна Леонидовна**

**Inna L. Ilicheva**

E-mail: [ilicheva@list.ru](mailto:ilicheva@list.ru)

<https://orcid.org/0000-0003-3610-8147>

*Поступила: 13.04.2024; Одобрена: 04.06.2024; Принята: 15.06.2024.*

*Submitted: 13.04.2024; Approved: 04.06.2024; Accepted: 15.06.2024.*